

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

## УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Анотація. Розглянуто та проаналізовано процес планування діяльності підприємства, виявлено недоліки та запропоновано шляхи його вдосконалення.*

*Аннотация. Рассмотрен и проанализирован процесс планирования деятельности предприятия, выявлены недостатки и предложены пути его усовершенствования.*

*Annotation. The process of business planning was reviewed and analyzed. Deficiencies were identified and improvement measures were proposed.*

*Ключові слова: планування, бізнес-планування, бізнес-план, діяльність підприємства, удосконалення планування.*

Планування діяльності підприємств є актуальною проблемою сьогодення з огляду на його визначальну роль у забезпеченні функціонування та стабільного розвитку українських підприємств. Актуальність роботи полягає в тому, що планування становить один із основних елементів системи внутрішньофірмового управління інноваційною діяльністю організації. Як елемент системи менеджменту планування є відносно самостійною підсистемою, що включає сукупність специфічних інструментів, правил, структурних органів, інформації та процесів, спрямованих на підготовку й забезпечення виконання планів. Без планування діяльності підприємство не зможе злагоджено функціонувати та приносити прибуток.

Об'єктом статті є дослідження процесу планування діяльності на підприємстві.

Предметом статті є теоретичні та методичні положення щодо розробки планування в діяльності підприємства.

На сьогодні вчені створили цілісну систему стратегічного планування, найбільш істотними з наукових досліджень є праці В. Бабича, Д. Богині, В. Єфремова, О. Віханського, В. Гейця, І. Лукінова, Л. Мельника, В. Пономаренка, С. Попова, О. Тридіда, З. Шершньової, Л. Шевчук, Р. Фатхутдінова, А. Яковлева та ін. У закордонній науковій літературі значну увагу питанням стратегічного планування приділили Р. Акофф, І. Ансофф, Р. Бранденбург, А. Аакер, Д. Хассі, П. Друкер, Г. Міцберг, Дж. Б. Куїнн, Б. Карлоф, У. Кінг, Д. Кліланд, Дж. Стейнер, Дж. Гелбарт та ін. [1, с. 35].

Сутність планування в умовах ринку полягає в науковому обґрунтуванні на підприємстві майбутніх економічних цілей розвитку, у виборі найкращих способів їх досягнення на основі виявлення таких видів та обсягів діяльності, котрі необхідні ринку, встановлення таких її показників, які дають змогу найбільш повно використати ресурси та досягти якісного результату [2, с. 11].

План діяльності підприємства слугує основою для розроблення заходів із маркетингу, менеджменту та координації діяльності всіх його підрозділів. Він дає змогу одночасно розглянути взаємопов'язані економічні, соціальні, організаційні та інші проблеми і тому є базою для розроблення й прийняття раціональних управлінських рішень. Місія, головні цілі та функції кожного підприємства у процесі планування повинні бути тісно пов'язані між собою й відображатися як у короткострокових, так і у довгострокових планах. Тому принцип плановості є невід'ємним принципом діяльності підприємства. Без плану неможливо здійснювати дієвий контроль, досягати узгоджених дій між підрозділами підприємства і виокремлювати пріоритетні напрями його розвитку.

У роботі розглянуто процес планування на підприємстві ФОП "Башинський С. С.", яке займається оптовим продажем пива та безалкогольної продукції. У процесі дослідження було виявлено те, що на даний момент на підприємстві внутрішньофірмове планування представлено досить вузько. Розглядається тільки оперативне планування виробничо-господарської діяльності підприємства на поточний період. Завдяки цьому забезпечується своєчасне та якісне виконання річних завдань, передбачених планами соціально-економічного розвитку підприємства. Поточне планування на підприємстві тісно пов'язане з оперативно-управлінськими рішеннями, спрямованими і тому є базисом для розподілу раціональних ресурсів для досягнення намічених стратегічних цілей. Воно охоплює короткостроковий і середньостроковий періоди виробничо-господарської діяльності підприємства. Підприємство потребує більше даних, які вказували б напрям його розвитку на майбутні періоди. Для цього потрібен кращий інструмент планування.

Для усунення недоліків у роботі підприємства було запропоновано такі заходи:

упровадження на підприємстві бізнес-планування, що сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємства;

упровадження нової політики ціноутворення, яка бере до уваги показник сезонності продукції;

упровадження змін в організаційну структуру підприємства.

планування, що сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємства та укріпленню його конкурентних позицій. За рахунок цього будуть організовані більш якісне визначення ресурсного потенціалу підприємства з урахуванням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, а також постійний контроль за обліком відповідних показників і періодичне відстеження відхилень від плану, що дозволить вживати своєчасні заходи з усунення негативних явищ. Буде налагоджений більш досконалий контроль за всіма витратами перед прийняттям рішень. Враховуючи організаційно-правову форму господарювання та особливості діяльності аналізованого підприємства, найважливішу увагу в процесі впровадження бізнес-планування на підприємстві ФОП "Башинський С. С." доцільно приділити таким напрямом: маркетингове планування та організаційні особливості на підприємстві.

При впровадженні нової політики ціноутворення пропонується вдосконалити її введенням додаткової націнки в період сезонності, яка обумовлюється збільшенням обсягів продукції і, як наслідок, збільшенням витрат на логістичні операції на підприємстві. Націнка на пиво у кегах та мінеральну воду більше ніж на пиво у пляшках обумовлено тим, що пиво у кегах дуже дорого обходиться підприємству у транспортуванні та зберіганні, в нього великі затрати на логістику. Така ж сама ситуація і в роботі з мінеральною водою – вона має менші ціни, але більше важить та займає більше місця. Для транспортування цих позицій продукції потребується більше автотранспортно-технічної техніки, ніж на транспортування пива. Згідно з цим пропозиції щодо націнки на товар задля зменшення затратної частини у період пікових продажів наведені в таблиці.

Таблиця

**Націнка на товар у різний період**

Найменування	Націнка	Націнка у період пікових продажів
1. Пиво	0,2	0,22
2. Пиво у кегах	0,28	0,33
3. Мінеральна вода	0,25	0,3

Аналізуючи організаційну структуру підприємства, можна сказати, що вона досить проста. Власник є керівником підприємства, якому підпорядковуються: бухгалтер, касир та логіст, якому, у свою чергу, підпорядковуються комірники та водії. Підприємство ФОП "Башинський С. С." користується послугами іншого підприємства – ТОВ "Актив Маркет", яке надає послуги щодо охорони території, складських приміщень, збирає заявки від покупців, розробляє стратегічні плани роботи підприємства. Автор пропонує об'єднати на підприємстві ТОВ "Актив Маркет" відділи продажу та прийому заявок. Це допоможе зменшити витрати на оплату праці робітників на підприємстві.

Для підтвердження доцільності впровадження запропонованих нововведень було розраховано основні показники економічної ефективності, а саме: індекс дохідності, який склав 1,03, чистий дисконтований дохід, який склав 0,7, та період окупності запропонованих заходів, що склав 1 рік. Таким чином, у результаті проведених розрахунків можна зробити висновок, що вони не виходять за рамки встановлених обмежень, тому впровадження розроблених заходів доцільно. Отже, в цілому позитивна динаміка відповідних показників економічної та соціальної ефективності розробок роботи свідчать про доцільність їх практичного використання.

*Наук. керівн. Сігаєва Т. Є.*

**Література:** 1. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы : учебно-метод. пособ. / М. М. Алексеева. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 248 с. 2. Попов В. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / В. М. Попов, С. И. Ляпунов.– М. : Финансы и статистика, 2000. 3. Агафонова Л. Г. Подготовка бизнес-плана : практикум / Л. Г. Агафонова, О. В. Рога. – К. : Т-во "Знання", КОО, 1999. 4. Ильин А. И. Планирование на предприятии. Часть 1 : Стратегическое планирование / под общей ред. Ильина А. И. – Мн. : Новое знание, 2000. – 312 с. 5. Хурса М. М. Мале підприємство: економіко-організаційні аспекти діяльності : монографія / Хурса М. М. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2009. – 220 с.